

ABSTRAK

MUKRI. ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GRANIT DI PT CAHAYA LESTARI PERMAI ABADI. dibimbing oleh Jatmiko

Kegiatan pemasaran umumnya memfokuskan diri pada produk, penetapan harga, kebijakan distribusi, dan cara promosi yang dalam hal ini dikenal sebagai bauran pemasaran. Setelah perusahaan memutuskan strategi pemasaran kompetitifnya secara keseluruhan, perusahaan harus mulai menyiapkan perencanaan bauran pemasaran yang rinci, yang selanjutnya dipahami sebagai bauran pemasaran pangsa pasar untuk Granite masih terbuka luas namun tidaklah mudah menarik minat pembeli sehingga dibutuhkan strategi khusus dalam memasarkan granite ini karena produk granite belum memasyarakat.

Dalam penelitian ini yang menjadi kriteria dalam pengambilan sample adalah Berbelanja produk granit dan Membeli produk granit minimal 5 dus. Dengan menggunakan metode slovin maka jumlah sample yang harus diambil adalah 100 responden. Pengujian dilakukan dengan menggunakan validitas, reliabilitas untuk memastikan kuisisioner yang digunakan baik kemudian disusul dengan perhitungan uji regresi dan uji t untuk menguji hipotesis.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap responden diketahui imensi dari bauran pemasaran yaitu produk, harga, distribusi dan promosi terbukti memberikan pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk kramik PT Cahaya Abadi Lestari. Selain itu dimensi harga terbukti memberikan pengaruh yang paling besar dibandingkan dengan dimensi-dimensi lainnya pada bauran pemasaran yang mendorong keputusan membeli seseorang dengan beta sebesar 0,384.